

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji model komunikasi *Customer Relationship Management* (CRM) Bank BPD DIY melalui pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan keterlibatan nasabah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan empat platform utama, yaitu Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, telah menciptakan ruang komunikasi yang luas. Setiap media sosial memiliki keunggulan masing-masing, Namun, masih terdapat kekurangan dalam variasi konten karena banyaknya konten serupa yang dipublikasikan di semua platform tanpa penyesuaian karakteristik media sosial tersebut. Selain itu, respons terhadap komentar, pertanyaan, atau masukan dari audiens belum optimal, yang berpotensi mengurangi kepercayaan dan keterlibatan aktif nasabah.

Kata Kunci : Model Komunikasi, *Customer Relationship Management* (CRM), Media Sosial, Bank BPD DIY, Keterlibatan Nasabah